

ИНТЕРНЕТ-ЖАНРЫ

Жанры речи. 2022. Т. 17, № 3 (35). С. 212–219

Speech Genres, 2022, vol. 17, no. 3 (35), pp. 212–219

<https://zhanry-rechi.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-3-35-212-219>

Научная статья

УДК 81'27'42

Шейминг как речевой жанр

О. В. Лутовинова

Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Россия, 400066,
г. Волгоград, проспект Ленина, д. 27

Лутовинова Ольга Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, con_amore@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4683-6124>

Аннотация. В статье рассматривается речевой жанр *шейминг*, под которым понимаются публичное порицание или критика человека, ведущие к порождению в нем чувства стыда или вины и способствующие потере им хорошей репутации и уважения в сетевом сообществе. Уточняется наименование и выделяются лежащие в основе данного жанра интенции, позволяющие отграничить шейминг от других интернет-жанров агрессивной направленности (таких как флейм, троллинг, холивар, хейтинг, кибербуллинг (кибермоббинг), киберсталкинг и грифинг) и дать его четкое определение. Анализируемый жанр моделируется при помощи последовательности предложений, выражающих интенции и мотивы адресанта и анализируется с учетом реализующих его речевых стратегий (оценивающей, позиционирующей, дискредитирующей и объясняющей), тактик и языковых и речевых особенностей. На основе количественных данных выделяются, объясняются и ранжируются по популярности виды шейминга, характерные для коммуникации в Рунете, такие как бодишейминг, включающий несколько подвидов; грамматический шейминг; шейминг некорректного поведения в общении; шейминг недостаточной материальной обеспеченности; шейминг того или иного образа жизни, включающий несколько разновидностей; слат-шейминг; шейминг многодетности; кофе-шейминг; экошейминг, включающий два подтипа, и другие. Исследование строится на материале современного русского языка. В качестве материала для анализа берутся 425 контекстов, отобранных методом сплошной выборки с различных коммуникативных интернет-ресурсов Рунета (таких, как чаты, форумы, блоги, социальные сети) и фиксирующих взаимодействие коммуникантов в русле исследуемого жанра.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, речевой жанр, шейминг, блейминг, бодишейминг, фэтшейминг, граммар-нацизм, слатшейминг, дранкшейминг, Бали-шейминг

Для цитирования: Лутовинова О. В. Шейминг как речевой жанр // *Жанры речи*. 2022. Т. 17, № 3 (35). С. 212–219. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-3-35-212-219>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

Shaming as a Speech Genre

O. V. Loutovinova

Volgograd State Social Pedagogical University, 27 Lenin Ave., Volgograd 400066, Russia

Olga V. Loutovinova, con_amore@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4683-6124>

Abstract. The article views a speech genre shaming understood as a person's public censure or criticism leading to cultivating in them a feeling of shame or guilt, which contributes to their loss of reputation and respect in an online community. The author also clarifies the designation and underlying intentions which give an opportunity to delimit shaming from other Internet genres of aggressive nature (such as flame, trolling, holy war, hating, cyberbullying / sybermobbing, cyberstalking, and grieving) and to give its exact definition. The

analyzed genre is modelled by the succession of sentences expressing the addresser's intentions and motivation and is analyzed considering the implementation of its speech strategies (evaluating, positioning, discrediting and explaining), tactics as well as language and speech peculiarities. On the base of the quantitative data there are distinguished, explained and ranged the types of shaming typical for communicating in the Runet, such as body shaming including several subtypes; grammatical shaming; incorrect communicative behaviour shaming; insufficient well-being shaming; a way of living shaming including several subtypes; slut shaming; multi-child parenting shaming; coffee shaming; eco-shaming including two subtypes, etc. The research is based on the analysis of modern Russian 425 contexts selected by the continuous sampling method from different Internet genres, such as web-chats, forums, blogs, social nets and recording communicants' interaction in this genre.

Keywords: computer-mediated communication, speech genre, shaming, blaming, body shaming, fat shaming, grammar Nazi, slut shaming, drunk shaming, Bali shaming

For citation: Loutovinova O. V. Shaming as a Speech Genre. *Speech Genres*, 2022, vol. 17, no. 3 (35), pp. 212–219 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2022-17-3-35-212-219>

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

К настоящему моменту интернет-коммуникация настолько прочно вошла в нашу жизнь, что ни одна область гуманитарных исследований не может не затрагивать изучение феноменов, связанных с взаимодействием людей в киберпространстве. Анализу и описанию подвергаются вызванные к жизни и/или видоизмененные спецификой киберсреды типы межличностного и группового взаимодействия, типы личности, социальные ценности, нормы, роли и практики, психические и языковые новообразования и т. п.

Однако, несмотря на то что активное исследование гуманитарных проблем Интернета, учитывая как отечественный, так и зарубежный опыт, длится с 90-х годов XX века, а с начала 10-х годов XXI века начинают появляться исследования об исследовании Интернета [1, 2], все еще остается немало областей, требующих внимания ученых. Одной из таких сфер является изучение речевых интернет-жанров, недостаточное исследование которых обуславливается не столько обширностью объекта исследования, сколько его динамичностью и скоростью эволюционирования.

Целью данной статьи является выделение шейминга как речевого жанра и описание его жанровых характеристик.

Материалом исследования, лежащего в основе данной статьи, послужили контексты, отобранные методом сплошной выборки с различных коммуникативных интернет-ресурсов Рунета (таких, как чаты, форумы, блоги, социальные сети) и фиксирующие взаимодействие коммуникантов в русле исследуемого жанра. Общее количество проанализированных контекстов – 425.

В процессе исследования применялись такие методы, как интроспекция, понятий-

ное моделирование, метод сплошной выборки, интерпретативный анализ, моделирование речевого жанра посредством элементарных смысловых единиц по А. Вежбицкой, количественный анализ.

Шейминг: уточнение наименования

Возникновение блогов и социальных сетей, а также появившийся комплексный подход к организации и поддержке интернет-ресурсов, называемый Web 2.0, значительно увеличили возможности самопрезентации пользователей Интернета, имеющих возможность показать себя всему миру, публично высказать свое мнение перед широкой аудиторией.

Демонстративы, как отмечает В. И. Карасик, рассматривающий жанры сетевого дискурса, являются самым частотным типом посланий в социальных сетях [3: 50]. Демонстрируя себя, те или иные стороны своей жизни, пользователи Интернета ожидают от других восхищения, одобрения, положительных комментариев и «лайков» и т. п. Однако реакция адресата того или иного помещенного в общем доступе сообщения может совершенно не совпадать с реакцией, которой ожидал адресант. В Интернете, одной из характерных черт которого является возможность анонимной коммуникации, очень велик шанс получить вместо одобрения и поддержки насмешку, иронию, сарказм и даже оскорбления. Согласно результатам ежегодного исследования по цифровой культуре «Microsoft Digital Civility Index» компании «Microsoft», в 2020 году 80% пользователей Рунета столкнулись с угрозами и оскорблениями¹.

Поведенческая агрессия пользователей Интернета находит отражение в их относительно устойчивых типах высказываний,

¹Данные доступны по www.microsoft.com/en-us/online-safety/digital-civility. Ссылка активна на 25.07.2021.

то есть речевых жанрах, по М. М. Бахтину [4]. Одним из таких речевых жанров, выделяемых наряду с флеймом, троллингом, холиваром, хейтингом, кибербуллингом (кибермоббингом) и гриффингом, является шейминг, понимаемый в наивно-языковом восприятии как позор или посрамление какого-либо пользователя Сети.

Прежде чем рассматривать жанровые характеристики шейминга, уточним наименование данного жанра.

В русском языке слово «шейминг» является заимствованным английским жаргонизмом, вследствие чего не фиксируется в толковых словарях. Рассмотрим значение слова «shaming», зафиксированное в англоязычных толковых словарях [5–7]:

- 1) порождение в ком-либо чувства болезненного переживания, как результата осознания своего не порядочного, недостойного или унижительного поступка; действие, направленное на смущение человека или группы путем привлечения внимания к их явному проступку, особенно в социальных медиа;
- 2) поступок или действие подвергания кого-либо позору, стыду, унижению или дурной репутации, особенно путем публичных воздействия или критики;
- 3) порождение в ком-то чувства уныния, смущения, стыда за какой-то совершенный поступок.

Поскольку существительное «shaming» является производным, полученным путем добавления деривационного суффикса -ing к глагольной деривационной основе shame, означающим акт действия по глагольной основе, то не все толковые словари фиксируют данное существительное. Выведем значения «shaming» из «shame», зафиксированного еще в нескольких англоязычных словарях [8–11]:

- 1) порождение в ком-либо чувства смущения или стыда за что-либо;
- 2) порождение в ком-либо чувства вины или смущения; действие, направленное на потерю кем-либо уважения или хорошей репутации; действие, направленное на создание плохого или менее значительного впечатления о чем-либо путем сравнения с чем-либо;
- 3) порождение в ком-либо чувства стыда; действие, направленное на создание у кого-либо чувства, что он хуже других; действие, направленное на создание у кого-либо чувства, что он потерял честь и уважение;
- 4) порождение в ком-либо чувства стыда и позора; порождение в ком-либо чувства несовершенства; публичные унижение

и позор кого-либо за определенный поступок.

Как видим, согласно приведенным дефинициям, основополагающим для шейминга является чье-либо действие, ведущее к порождению в ком-либо другом чувства стыда, способствующее потере им хорошей репутации и уважения, его унижение путем публичных воздействия и критики. Иными словами, лексикографическое представление понятия, лежащего в основе наименования, дает возможность выделить интенции, лежащие в основе коммуникативной ситуации и являющиеся основополагающими для любого речевого жанра.

Рассматривая шейминг, нельзя не затронуть также еще одно сходное наименование, используемое в различных интернет-сообществах при описании коммуникативного поведения пользователей Интернета, – блейминг.

Так же, как и шейминг, в русском языке блейминг является заимствованным англицизмом, входящим в пласт жаргонной лексики, хотя и менее частотным в употреблении (в крупнейшей в настоящее время поисковой системе «Google» по запросу «шейминг» за 0,36 с выдается 39500 результатов, тогда как по запросу «блейминг» – 2470 результатов)².

В английском языке существительное blaming, как и существительное shaming образуется аффиксальным способом, путем прибавления деривационного аффикса -ing к глагольной деривационной основе blame. Как показал анализ англоязычных толковых словарей [5–11], «blaming» означает:

- 1) порицание при возложении ответственности на кого-либо за что-либо плохое;
- 2) придирки к кому-либо; обвинение в чем-либо;
- 3) возложение на кого-либо ответственности, обвинение в чем-либо достойном порицания;
- 4) возложение ответственности за что-либо нехорошее на кого-либо;
- 5) порицание кого-либо, ответственного за происшествие, проблему или неприятную ситуацию;
- 6) обвинение кого-либо в чем-то нехорошем.

Как видим, основополагающим для блейминга является обвинение и порицание кого-либо с возложением на него вины и ответственности за какой-то проступок. Более полному пониманию блейминга способствует также используемый в психологии термин «виктимблейминг», обозначающий перекладывание вины за преступление, какое-либо насилие или несчастный случай на жертву.

²Данные получены 08.07.2021.

Таким образом, основное различие между идеографическими синонимами “shaming” и “blaming” сводится к тому, какое именно чувство стремится вызвать адресант у адресата. В случае шейминга – чувство стыда, в случае блейминга – вины. В психологии переживание чувств вины и стыда рассматриваются как проявление совести. При этом вина связывается с переживанием субъектом каких-то своих поступков и негативной оценкой своих действий, нарушающих те или иные принятые в обществе нормы, а стыд – с переживанием несоответствия поступков, а чаще – индивидуальных проявлений, качеств или особенностей личности определенным социальным стандартам и личностно значимым ценностям [12].

Учитывая, что интенциями адресанта как шейминга, так и блейминга является принуждение адресата к переживанию негативных моральных эмоций, связанных с саморефлексией и самопорицанием, то есть культивированию в нем угрызений совести, наименования «шейминг» и «блейминг» можно рассматривать как синонимичные для названия одного и того же речевого жанра.

Жанровые характеристики шейминга

Исходя из интенций, выводимых из лексикографического представления понятия, лежащего в основе наименования, шейминг можно определить как речевой жанр, представляющий собой публичное порицание или критику человека, ведущие к порождению в нем чувства стыда или вины и способствующие потере им хорошей репутации и уважения.

Интенции, лежащие в основе речевого жанра и позволяющие отграничить его от других речевых жанров, развиваются по определенным стереотипам речевого поведения и получают реализацию в определенных стереотипных действиях [13]. Используя метод моделирования речевого жанра в рамках семантической теории элементарных смысловых единиц, разработанный А. Вежбицкой [13], смоделируем жанр шейминга при помощи последовательности предложений, выражающих интенции и мотивы адресанта:

знаю / считаю, что ты сделал нечто, не соответствующее общепринятым нормам или не соответствуешь в чем-то общепринятым стандартам

говорю об этом

говорю, заостряя внимание на несоответствии твоего поступка общепринятым нормам или стандартам

говорю это публично

говорю так, чтоб вызывать у тебя чувство стыда или вины

надеюсь, что ты отреагируешь так, как я ожидаю

говорю это потому, что хочу получить удовольствие от того, как ты испытываешь стыд и чувствуешь себя виноватым

говорю это потому, что хочу самоутвердиться.

В процессе интернет-коммуникации не все эксплицитированные в вышеприведенных формулах интенции речевого жанра *шейминг* могут быть выражены явно. Желание получить удовольствие от того, что другой человек испытывает стыд, а также желание самоутвердиться, как правило, шеймером скрываются, а при уличении его в данных интенциях другими коммуникантами, шеймер в качестве опровержения подобных «подозрений» нередко начинает говорить о заботе, о желании помочь, указывая на какие-то недостатки и т. п.

Например, в качестве комментария к посту с названием «Озвучьте, пжл, удачные примеры похудения в бедрах» на популярном женском форуме «Woman.ru» (<https://www.woman.ru>) один из анонимных гостей оставил следующий комментарий:

Гость [2399359600]: *Непонятно, что озвучить. Примеры? Какие? Вы что никогда не видели женщин без жира в бедрах? Видели же. Ну вот. Все возможно. Следующий вопрос? Как этого добиться? Может, сразу можно было всё нормально написать, а?*

Через некоторое время, после того, как автор поста отвечает кому-то из комментаторов, что некоторые ее подруги худеют равномерно, а у нее никак это не получается, хотя она тренируется на порядок больше, тот же самый анонимный гость откликается еще одним комментарием:

Гость [2399359600]: *Что значит равномерно? И голова тоже худеет? А на порядок это как? Не поверю, что в десять раз больше! На порядок – это в десять раз! Стыдно так выражать мысли, если хотите помощи!*

Когда один из участников форума делает Гостю замечание, прося прекратить нравоучения автору и не стараться выделиться за счет принижения других, Гость «невинно» отвечает:

Гость [2399359600]: *Какие нравоучения? Я искренне хотела помочь. Но что можно посоветовать, если ничего не понятно? Если человек даже не старается нормально сформулировать мысль, о чем вообще можно вести речь?*

Тематически шейминг довольно разнообразен, однако все затрагиваемые шеймингом объекты порицания так или иначе должны быть важны для адресата или для общества/сетевого сообщества, и их настоящее или надуманное адресантом несоответствие об-

щепринятым нормам или стандартам должно вызывать у адресата чувство стыда или вины.

Например, одним из наиболее популярных объектов шейминга является грамотность коммуникантов. При опосредованном общении, в ходе которого происходит письменная фиксация устной речи, а сообщения, в отличие от устных, продолжают свое существование и после непосредственного высказывания, допущенные орфографические ошибки очень часто становятся объектом шейминга:

Анна Кузнецова [5 июня, 2016, 11:31]: Всем, доброго времени суток. Мне 37 лет, есть муж и дети. В браке уже 10 лет. Я и раньше была очень влюбчивая, но всегда держала свои чувства под контролем. Но в это раз я абсолютно не могу справиться самостоятельно. Дело в том, что я влюбилась в мужа своей лучшей подруги <...>

???-*Эльза*??? [5 июня, 2016, 11:31]: Интересно, а если муж ваш вам так же сделал из под тяжка, вы как бы к это отнеслись..?

ЛИРИКА В ответ на ???-*Эльза*??? [5 июня, 2016, 12:18]: >:-):>:-):>:-)

Алла В ответ на ???-*Эльза*??? [5 июня, 2016, 13:48]: Из-под какого тяжка? Хаха, спасибо! Ну развеселили!

Мила Ros В ответ на ???-*Эльза*??? [5 июня, 2016, 14:27]: Бедный русский язык! Как можно взрослому человеку быть до такой степени безграмотным!!

Мила Ros В ответ на ???-*Эльза*??? [5 июня, 2016, 14:29]: Исподтишка! Как можно умудриться сделать в одном слове столько ошибок!

Мила Ros В ответ на ???-*Эльза*??? – [5 июня, 2016, 14:31]: «...сделал из под тяжка...» И этот человек в соседней теме утверждает, что имеет высшее образование!.. (из сообщества «@Дети», <https://deti.mail.ru>)

Крайней степенью проявления шейминга на основе способности коммуникантов грамотно писать является граммар-нацизм, выражающийся в сосредоточении внимания на ошибках собеседника и постоянном исправлении их вместо обсуждения темы. Граммар-нацизм занимает промежуточное положение между шеймингом и троллингом, поскольку способен разрушать коммуникацию, приводя к тому, что информативные сообщения теряются в массе грамматического офтопа.

Желание уличить кого-то в некорректной коммуникации также становится основой для шейминга:

НатаОбь [20.05.2021, 12:00]: Записалась на госуслугах на прививку, пишет близжайшие 14 дней нет возможности, поставили в лист ожидания. Ничего не меняется. В Москве, Се-

вастополе, Анапе пункты на улице, заходи и колись, у нас очередь, дефицит мя.

Вета [20.05.2021, 12:58]: Ты разве ещё не ширнулась? 8-О

НатаОбь [20.05.2021, 13:20]: Ширяешься только ты.....

Мурманчанка [20.05.2021, 13:43]: <НатаОбь [20.03.2021, 14:29]: Поставили вчера вторую прививку, ничего не болит, температуры нет. Вакцинируют только повторных, для новых вакцины нет.> <НатаОбь [20.03.2021, 15:39]: конечно, и сертификат. Всезнайка вы наша...> Вета! Вот и ответ! Мы всё помним...

Вета [20.05.2021, 13:58]: < Мурманчанка [20.05.2021, 13:43]: Вета! Вот и ответ! Мы всё помним...> Вот именно. Что-то дамочка завралась. НАТА, надо память тренировать, чтобы не забывать, что пишешь.

НатаОбь [24.05.2021, 16:12]: В новостях сегодня сказали, что вакцины есть две, можно выбирать. Я все же склоняюсь Спутник V выбрать, проверена временем.

Вета [24.05.2021, 16:12]: кого прививала ранее? Каким временем и кто проверил Спутник? 8-О

НатаОбь [25.06.2021, 12:22]: Сегодня от Ковида умерла моя тетя. Тоже 25 июня, как моя мама два года назад. Сегодня выпускной у сына в гимназии. У меня вчера была вторая прививка, болит рука. Выпить нельзя, ни помянуть маму и тетю, ни порадоваться за ребёнка. Это реалии новой жизни.

Алексей 78 [26.06.2021, 06:52]: Если гипотетически посчитать что меж первым и вторым уколom 15 дней разница хотябы, вы укололись раз 5 или 6 уже ... я вот если честно не понимаю – зачем вы это делаете (врётe) (из обсуждений вакцинации на форуме «Форумы города Сочи» <https://forum.allsochi.info>)

В зависимости от того, что и как часто подвергается публичному порицанию на просторах Сети, некоторые виды шейминга могут получать отдельные названия:

- 1) бодишейминг (высмеивание, осуждение и порицание пользователей Сети за недостатки внешности и телосложения, как например, пропорции фигуры, волосы на теле и т. п., наиболее частыми из которых являются фэтшейминг – высмеивание, осуждение и порицание за полноту, скиннишейминг – высмеивание, осуждение и порицание за недостаток веса, фитшейминг – высмеивание, осуждение и порицание за стремление к идеальной фигуре, увлечение фитнесом, фемшейминг – высмеивание, осуждение

- и порицание мужчин за женственную внешность);
- 2) слатшейминг (высмеивание, осуждение и порицание женщин за внешность и манеры поведения, которые шеймеру кажутся непристойными или распутными);
 - 3) drankшейминг (высмеивание, осуждение и порицание за поступки в пьяном виде);
 - 4) Бали-шейминг (высмеивание, осуждение и порицание за путешествия и отдых во время отпуска);
 - 5) шопинг-шейминг (высмеивание, осуждение и порицание за времяпрепровождение в виде посещения магазинов и частых покупок разной одежды);
 - 6) бук-шейминг (высмеивание, осуждение и порицание за чтение литературы, которая, по мнению шеймера, не приносит пользы, не обогащает читающего ни интеллектуально, ни духовно, как, например, при чтении детективов, фэнтези и т. п.);
 - 7) кофе-шейминг (высмеивание, осуждение и порицание за ежедневное употребление кофе в офисах и кафе, потраченные деньги на который можно было бы применить с большей пользой, например, как часто указывают кофе-шеймеры, погасить часть ипотеки);
 - 8) эко-шейминг (высмеивание, осуждение и порицание за образ жизни, наносящий вред экологии; наиболее частыми видами экошейминга являются пластик-шейминг – высмеивание, осуждение и порицание за использование одноразовой пластиковой посуды, пакетов и прочих одноразовых вещей, изготовленных из полимеров, засоряющих планету и флайт-шейминг – высмеивание, осуждение и порицание за перелеты на самолетах, выброс углекислого газа которыми во время перелета ускоряет глобальное потепление).

Как показал проанализированный материал, для пользователей Рунета наиболее характерны следующие виды шейминга: 1) бодишейминг (включая все его подвиды) – 112 контекстов из 425 проанализированных, или 26,35%; 2) грамматический шейминг – 75 контекстов, или 17,65%; 3) шейминг некорректного поведения в общении (ложь, упреки других участников коммуникации и т. п.) – 64 контекста, или 15,06%; 4) шейминг недостаточной материальной обеспеченности – 49 контекстов, или 11,53%; 5) шейминг того или иного образа жизни и времяпрепровождения (включая drank-шейминг, Бали-шейминг, шопинг-шейминг и бук-шейминг) – 44 контекста, или 10,35%; 6) слат-шейминг – 21 контекст, или 4,94%; 7) шейминг многодетности – 19 контекстов, или 4,47%; 8) кофе-шейминг – 17 контекстов, или 4,00%; 9) экошейминг

(включая обе разновидности) – 13 контекстов, или 3,06%; 10) прочие виды шейминга (как, например, большое употребление лекарств, допинга, вакцинирование/не вакцинирование от COVID-19, шейминг родственников и друзей адресата и т. п.) – 11 контекстов, или 2,59%.

Здесь следует отметить, что к видам шейминга не следует причислять иногда включаемые в классификацию шейминга эйджизм (дискриминация по возрастному признаку), эйблизм (дискриминация инвалидов), лукизм (дискриминация по внешнему виду), колоризм (дискриминация по цвету кожи) и другие виды дискриминации [14], поскольку дискриминация предполагает лишение человека определенных прав в соответствии с предвзятым отношением по какому-то признаку, совсем не обязательно проявляясь в высмеивании, осуждении или порицании. Так, например, человеку могут отказать в приеме на работу по причине предпенсионного возраста, хотя даже не намекнут на это в общении, указав совершенно другие причины отказа.

Рассматривая шейминг как речевой жанр интернет-коммуникации, также следует обратить внимание на то, что он представляет собой осознанное и целенаправленное публичное порицание, приносящее удовлетворение его адресату, в отличие от порицания, например, детей родителями или учителями. И, следовательно, реализуется при помощи определенных стратегий.

В интернет-общении шейминг реализуется при помощи оценивающей, позиционирующей, дискредитирующей и отчасти объясняющей стратегий.

Оценивающая стратегия заключается в показе адресату своего отношения к нему, его действиям и реализуется при помощи оценочных воздействий, направленных на чувства собеседника. Воздействия строятся на основании общепринятых моральных критериев и подразделяются по шкале оценок на положительные (похвала, одобрение и т. п.) и отрицательные (порицание, осуждение и т. п.). При шейминге выбираются последние.

Позиционирующая стратегия тесно связана с оценочной. Стараясь зарекомендовать себе в сетевом сообществе и соотнося с другими его членами, пользователь Интернета кооперируется с другими пользователями, имеющими похожие взгляды, мотивы и ценности, и его оценка сдвигается от объективной в сторону субъективного восприятия партнера по коммуникации и становится более эмоциональным воздействием. При шейминге данная стратегия реализуется через упреки, насмешки, назидания и т. п.

Дискредитирующая стратегия основывается на унижении другого участника общения путем возвышения на его фоне. Упрекая или порицая кого-то за поступки или качества, несоответствующие общепринятым нормам или стандартам, шеймер тем самым имплицитно показывает, что он сам, вроде как, следует им, то есть является лучше, чище, правильнее адресата его шейминга.

Объясняющая стратегия, которая обычно направлена на информирование другого, на сообщение ему знаний и мнений о мире, отчасти определяется шеймерами, претерпевая определенные изменения. Осуждая чьи-либо поступки или качества, шеймеры нередко разъясняются или же, скорее, поясняют, как и что следует делать в каком-то случае адресату шейминга.

Указанные речевые стратегии реализуются посредством определенных тактик. Выделение и описание перечня используемых при шейминге довольно разнообразных (в силу разнообразных видов шейминга) тактик требует отдельного и довольно объемного исследования. В рамках данной статьи укажем только наиболее общие и заметные из них, обозначив направление для возможного будущего исследования: затрагивание наиболее задевающих адресата аспектов его жизни, поведения, внешности и т. п., избавиться от которых ему практически невозможно; придирка к любому ответу субъекта шейминга, без возможности «оправдаться»; обвинение в незнании «прописных истин»; обвинение в нежелании меняться, независимо от того, какое мнение по этому поводу имеет адресат; игнорирование рамок приличия, за которые не стоит выходить в процессе коммуникации; мотивация своих поступков притворным сочувствием и желанием помочь субъекту шейминга и т. п.

Учитывая, что речевой жанр является вербальным оформлением типичной ситуации социального взаимодействия людей, в качестве жанровых характеристик можно также выделять языковые и речевые особенности какого-то жанра. К таким наиболее заметным особенностям шейминга относятся:

- категоричность высказываний: *Тут явно беляшки поглощаются тазиками! Иначе так себя не запустишь!*
- предложения в повелительном наклонении, призывающие к тому, в чем упрекают: *Да-да, не так уж много по 250 рэ за чашечку. Продолжайте пить декалитрами кофе и нить про ипотеку;*
- провокационные вопросы с усилительным междометьем после них: *А юбка-то чего фасона прости господи? Да уж...;*

- прямые упреки: *Чувство вкуса же надо иметь;*
- насмешки или издевки: *А Вам идут пятна на секунд-хендной одежде;*
- ирония, сарказм: *Спасибо. После таких постов у меня всегда появляется чувство полноценности;*
- апелляция к здравому смыслу: *Если бы у тебя было хоть капля здравого смысла, ты... Здравый смысл и твои пончики на ночь – понятия несовместимые;*
- эмоциональные междометия, выражающие негодование, презрение или отвращение: *Фу такой быть! Брр, как это вообще носить можно?*
- экспрессивные и оценочные вводные слова: *Тут по меньшей мере справочник Розенталя потребуется, словаря не хватит. И сколько ж это лет подряд на себя плевать нужно, чтоб до такого себя довести, осмелюсь спросить;*
- лексика с негативной оценочной семантикой: *А сами-то что сделали, диванные критики? Хорош языком молоть, пруфы в студию, лживый гоблин;*
- наречия «всегда» и «никогда» в различных коммуникативных типах предложений: *А мужикам глазки строчить ты никогда не забываешь. Ты всегда так развлекаешься, когда у других неприятности?*
- вопросительные, усилительные, восклицательные частицы: *С пластиковыми стаканчиками проблем меньше, чем с кружкой? Да неужели?*
- инвективная лексика: *Идиотка! Ты б еще комиксы перед сном читала;*
- обценная лексика используется довольно редко.

Следует отметить, что языковые и речевые особенности шейминга не исчерпываются приведенным перечнем, в который в силу объема статьи были включены только наиболее яркие характерные особенности.

Выводы

Несмотря на все попытки различных властных структур деанонимизировать Интернет, анонимность все еще остается одним из отличительных признаков интернет-коммуникации и является «питательной средой» для появления новых специфических или существенного изменения уже имеющихся речевых жанров.

Ставшая, к сожалению, неотъемлемой частью современной интернет-коммуникации, возможность выплеснуть негативные эмоции, вывести кого-то из равновесия, высказать нелюбимые вещи, прячась за безликим ником, привела к появлению ряда речевых

интернет-жанров агрессивной направленности: флейма, холивара, троллинга, хейтинга, шейминга, кибербуллинга, киберсталкинга и гриффинга, без полного понимания и знания особенностей которых невозможно наладить конструктивное общение.

Шейминг, являющийся более «мягким» жанром, по сравнению с остальными вышеуказанными речевыми жанрами агрессивной направленности, не привлекает активного исследовательского внимания, хотя нередко служит отправной точкой для более агрессивного

взаимодействия, вплоть до кибербуллинга, вследствие чего нуждается в целенаправленном изучении.

Интерес для отдельных исследований представляют также и виды шейминга, поскольку выбираемые речевые тактики, языковые и речевые средства могут быть как общими для всех видов шейминга, так и отличаться в зависимости от лежащих в основе разных видов более конкретизированных интенций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. The Handbook of Internet Studies / eds. M. Consalvo, Ch. Ess. Chichester : Wiley-Blackwell, 2011. 516 p.
2. The Oxford Handbook of Internet Studies / ed. W. H. Dutton. Oxford : Oxford University Press, 2013. 607 p.
3. Карасик В. И. Жанры сетевого дискурса // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 49–55. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>
4. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Литературно-критические статьи. М. : Художественная литература, 1986. С. 428–472.
5. Collins : Free Online Dictionary, Thesaurus and Reference Materials. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (retrieved on 16.07.2021).
6. Merriam Webster's Online Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com> (retrieved on 16.07.2021).
7. Oxford Advanced Learner's Dictionary. 7th ed. Oxford : Oxford University Press, 2005. 1780 p.
8. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (retrieved on 19.07.2021).
9. Macmillan English Dictionary. URL: <https://www.macmillandictionary.com> (retrieved on 19.07.2021).
10. Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: <https://www.ldoceonline.com> (retrieved on 19.07.2021).
11. Dictionary.com : Meanings and Definitions. URL: <https://www.dictionary.com> (retrieved on 19.07.2021).
12. Ефремова М. Е., Григорян Е. Е. Коллективные эмоции вины и стыда : обзор современных исследований // Современная зарубежная психология. 2014. Т. 3, № 4. С. 71–88.
13. Везбицкая А. Речевые жанры // Жанры речи : сб. науч. ст. Саратов : ГосУНЦ «Колледж», 1997. С. 99–111.
14. Титлова А. С. Шейминг в онлайн-комментарии как следствие анонимности интернет-коммуникации // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 71, ч. 4. С. 60–63. <https://doi.org/10.18411/lj-03-2021-135>

REFERENCES

1. Consalvo M., Ess Ch., eds. *The Handbook of Internet Studies*. Chichester, Wiley-Blackwell, 2011. 516 p.
2. Dutton W. H., ed. *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford, Oxford University Press, 2013. 607 p.
3. Karasik V. I. Genres of Network Discourse. *Speech Genres*, 2019, no. 1 (21), pp. 49–55 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-1-21-49-55>
4. Bakhtin M. M. The Problem of Speech genres. In: *Literaturno-kriticheskie stat'i* [Literary Critical Articles]. Moscow, Khudozhestvennaia literatura Publ., 1986, pp. 428–472 (in Russian).
5. Collins : Free Online Dictionary, Thesaurus and Reference Materials. Available at: <https://www.collinsdictionary.com>, (accessed 16 July 2021).
6. Merriam Webster's Online Dictionary. Available at: <http://www.merriam-webster.com> (accessed 16 July 2021).
7. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. 7th ed. Oxford, Oxford University Press, 2005. 1780 p.
8. *Cambridge Dictionary*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org> (accessed 19 July 2021).
9. *Macmillan English Dictionary*. Available at: <https://www.macmillandictionary.com> (accessed 19 July 2021).
10. *Longman Dictionary of Contemporary English Online*. Available at: <https://www.ldoceonline.com> (accessed 19 July 2021).
11. *Dictionary.com : Meanings and Definitions*. Available at: <https://www.dictionary.com> (accessed 19 July 2021).
12. Efremova M. V., Grigiryana L. K. The collective emotions of guilt and shame : A review of current research. *Journal of Modern Foreign Psychology*, 2014, vol. 3, no. 4, pp. 71–88 (in Russian).
13. Wierzbicka A. Speech genres. *Speech Genres : coll. of sci. arts*. Saratov, GosUNTS "College", 1997, pp. 99–111 (in Russian).
14. Titlova A. Shaming in online-comment as a consequence of anonymous computer-mediated communication. *Tendencies of Developing Science and Education*, 2021, no. 71, part 4, pp. 60–63 (in Russian). <https://doi.org/10.18411/lj-03-2021-135>

Поступила в редакцию 03.08.2021; одобрена после рецензирования 29.09.2021; принята к публикации 07.10.2021
The article was submitted 03.08.2021; approved after reviewing 29.09.2021; accepted for publication 07.10.2021